

中国

# 安永博信

「あやながひろのぶ」Media漫歩社長

## 中国で起業。 チャレンジする勇氣と 諦めない強さが必要だ



Media漫歩社長。中国でフリーペーパー、ウェブサイト、イベント・セミナービジネスを運営。日中文化交流イベントに積極的に取り組む。日本郵船、リーマンブラザーズ、流通グループ・ヤオハン勤務ののち、1999年より企業経営をスタート。東京大学教養学科、米國コロニア大学 (MBA) 卒業

写真提供：筆者（以下も同じ）

### 成長する中国という 未知の世界に惹かれた

気がついてみると、今年で上海在住15年目、会社創業10周年の節目を迎えることになった。わずかに15年とはいえ、私の幼少期の1960年代から2000年代までに日本で起きた変化を経験したという感じだ。99年に4人でスタートしたMedia漫歩社は順調に業容を拡大し、中国全国で9オフィス、スタッフ約400人を擁し、12種類のフリーペーパーと2種類のウェブサイト運営、業界では注目される会社となった

私は1990年、米國コロンビ

ア大学 (MBAコース) で学んでいた。そこで中国系アメリカ人の女性と出会い結婚。それをきっかけに、ニューヨークに住み、米系の会社 (リーマンブラザーズ) で働くようになった。M&Aや企業金融の世界を知りたいという気持ちも強かったし、ウォールストリートで働いているというかつこよさがよかった。

でも何かが足りない。それは自分で何かを生み出しているという実感が湧かなかつたからだ。日本社会に閉塞感が漂いはじめ、中国系アメリカ人とのネットワークが深くなっていたこともあり、成長

する中国という未知の世界に惹かれていった。日系飲料メーカーの企業買収案件に参画し、中国をさらに知ることになったことで、その気持ちは深まった。

当時、中国市場に思い切り投資を始めた流通グループ・ヤオハンの元代表和田一夫氏に面接していたとき、この会社で会社経営を勉強してみようという気持ちになった。

中国大陸地区の財務、企画部の仕事を管掌、さまざまな投資案件に首をつっこんだ。百貨店、スーパーマーケット、クリーニング店、レストラン、コピーセンターなど、わずか3年だが、さまざま

まな経験をした。泥臭く一緒に現場に入り、仕事をつくり上げていくという高揚感を味わう一方で、倒産による虚無感も感じた。

### 新しい中国人パートナーの応援で 創業時の危機を乗り越えた

これらの経験をへて、私が経営上一番大切にしているのは、新しいこととの創造に挑戦する勇氣と決して諦めない強さだ。明るい気持ちを維持しつづけられる胆力。これは和田氏から学んだことでもある。

私も創業時に中国人パートナーとの関係がうまくいかずに断念しそうな危機があった。そのときに私をサポートしてくれたのは新しい中国人パートナーの存在であった。なぜ日本人の私を応援してくれたのか。あとで教えてくれたのは、私が「中国での新しいビジネスの創造に対して強い信念をもっていることに賭けた」とのことであった。意外に打算的な関係がビジネスのスタート段階にあると思う。旧パートナーとの関係を切るために、裁判所、公安、入国管理事務所等々、あまり行きたくないようなところにも出頭した。これ



↑Media漫歩社では、上海日中文化・観光交流フェア（通称ジャパンフェア）の企画、運営を2004年より毎年実施。華道、茶道、合気道、コンサート、3Dシアター、ファッションショー、コスプレなどの催しがあり、09年は50数団体、70数社が参加。上海の秋の風物詩となってきた

→筆者の会社が制作する12種類のフリーペーパーと2つのウェブサイト（www.shwalker.com、www.kubang.net）。中国で開催される日中の文化交流イベントのPR協力をしている



らのことを一つずつ解決していくことができたのも、新パートナーの応援と同時に私のやり遂げたいという強い気持ちがあったからであつた。

**失敗から多くを学び、やり方を絶えず変化させていく**

中国ビジネス成功の鍵は何だろうか。中国のような新興国では予想もしないことが頻繁に起きるので、失敗は当然と考え、そこから多

くを学び、やり方を絶えず変化させていく柔軟さと粘り強さだと思つた。こう思うのは私だけではないよ。創業当時、弊社の雑誌を手伝ってくれた人がいる。現在、生鮮食品や日本食を扱うスーパーやレストラン展開を中国全土で行なう「しんせん館」(www.shinsenkan.com)の社長・植田哲士氏(32歳)だ。同グループ全体の会長・石橋修氏の右腕としてなくてはならない

存在になつていく。何度も失敗を繰り返して、そのなかから自分流の戦略と管理手法を編み出してきた。ビジネスモデルを模倣したコピー会社の出現、幹部人材の引き抜きなど、企業経営上、難しい問題が何度もふりかかった。

石橋氏の指導をおおきながら、植田氏は日本人居住地域に近いところ、あるいはデパート地下に次々と店舗をオープンし、中国国内で日本食品の売り上げナンバーワンのチェーンをつくりあげた。多店舗化で管理は難しくなったものの、購買力とサービスの充実という強みを発揮できるようになった。彼は持ち前の語学力を駆使し、現場にも入り込み中国人スタッフとの交流にもぬかりない。中国での語学留学後、日本にいったん帰り日本企業に就職したが、中国ビジネスに対する気持ちが強く、上海に戻ってきた根性が活きている。

もう一人紹介したいのが竹田慎氏(38歳)だ。95年、広東地区で日系のゴルフ場に勤務し、中国ビジネスにかかわるようになった。99年に竹田ゴルフを設立し、日本の

ゴルフメーカーの総代理としてゴルフ用品の販売を手がけてきた。当初はゴルフ人口が少ないこと、偽物商品を買う人が多いことなどから売り上げは思うように伸びなかった。2000年に入り、中国のWTO加盟、株式市場・住宅市場の成長、北京オリンピック開催などにより、富裕層が増加し、追い風が吹きはじめた。中国人ゴルフ愛好者が増加し、売り上げが伸びてきた。

最近では、スポーツアクセサリーをスポーツ愛好家や一般の富裕層に販売し、石川遼プロが使用しているコラントツテ製のワックルネック、ループサポーターなどをはじめとする各種の健康、美容機器、アクセサリーのフランチャイズビジネス展開を開始している。現在、中国全土の主要デパートに270店舗の加盟店をもつ(www.colantotte.cn)。竹田氏もあまりの偽物商品の氾濫にビジネスを諦めた時期もあるという。チャレンジする勇氣と諦めない強さこそ、中国ビジネスでは必要なのだ。☺